Análisis de Crédito de: BAZAR AVENIDA SA

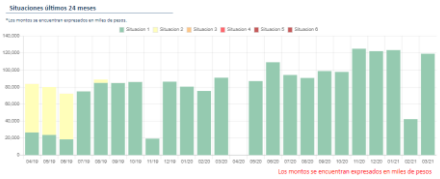
INFORMACIÓN FORMAL

Razón Social	BAZAR AVENIDA SA
Cuit	30-53284754-7
Domicilio	AVDA SANTA FE 252, (2300), RAFAELA, SANTA FE, ARGENTINA
Teléfonos	(03492) 42-9749
Forma Jurídica	SOCIEDAD ANONIMA
Fecha De Const.	29/7/1971
Pat. Neto 2020	$ 729 061 464
Cantidad Empleados	540 Aprox.
Domicilio Legal	AVDA SANTA FE 252, (2300), RAFAELA, SANTA FE, ARGENTINA

SITUACIÓN BANCARIA

Total Endeud. Promedio	mar-21	$	119.209.000

BANCOS	MONTO	Período Inf.	Sit	%
NACION ARGENTINA	80.116.000	3/2021	1	67,2%
COMAFI S.A.	20.517.000	3/2021	1	17,2%
COINAG S.A.	11.008.000	3/2021	1	9,2%
CIUDAD DE BUENOS AIRES	3.678.000	3/2021	1	3,1%
PROVINCIA DE BUENOS AIRE	1.796.000	3/2021	1	1,5%
MACRO	1.830.000	3/2021	1	1,5%
AMERICAN EXPRESS ARG SA	106.000	3/2021	1	0,1%
PROVINCIA DE CORDOBA	152.000	3/2021	1	0,1%
PATAGONIA	-	3/2021	1	0,0%
YPF S.A.	3.000	3/2021	1	0,0%
NUEVO DE SANTA FE S.A.	-	3/2021	1	0,0%
SUPERVIELLE	2.000	3/2021	1	0,0%
PROVINCIA DEL NEUQUEN S	1.000	3/2021	1	0,0%
MUNICIPAL DE ROSARIO	-	3/2021	1	0,0%
MULTIFINANZAS CIA FINANC	-	3/2021	1	0,0%



INFORMACIÓN CONTABLE

	jun.-19	jun.-20
Activo	1.964.360.820	1.886.819.964
Activo Corriente	1.592.716.037	1.670.380.053
Activo No Corriente	371.644.783	216.439.911
Pasivo	1.358.866.293	1.157.758.500
Pasivo Corriente	1.144.039.847	1.025.908.151
Pasivo No Corriente	214.826.446	131.850.349
Patrimonio Neto	605.494.527	729.061.464
% PN / Activo	30,8%	38,6%
Ventas	3.607.853.023	4.912.575.872
% Var. Vtas.	36,2%	
Resultado Final	-247.704.958	89.011.251
% Rent. / Vtas	-6,9%	1,8%

	Fecha	Importe
Prom. Men. de Ventas	feb-21	$ 748.594.954
Deudas Bancarizadas Act.	mar-21	$ 119.209.000

	jun.-19	jun.-20
Endeudamiento	1,89	1,41
ROA %	-12,6%	4,7%
ROE %	-40,9%	12,2%
Días Prom de Cobro	41	41
Días Prom de Pago	99	67
Días Prom de Stock	94	62
Cobertura de interés	-	-
Deuda Ban. / EBITDA	0,52	
Deuda Ban. / Ventas	0,02	

INDUSTRIA

ZONA GEOGRAFICA	RAFAELA, SANTA FE, ARGENTINA
PRODUCTO / SERVICIO	Comercialización de Artículos para el Hogar
TIPOS DE CULTIVO	N/A
PROVEEDORES	FRIMETAL S.A., BICISPORT S.A., CRISTALUX S.A., SATO ARGENTINA S.A., CARGO S.A., PANASONIC ARGENTINA S.A., SONY ARGENTINA S.A.
CLIENTES	N/I
ACTIVIDAD/ES	475300 - VENTA AL POR MENOR DE ELECTRODOMÉSTICOS, ARTEFACTOS PARA EL HOGAR Y EQUIPOS DE AUDIO Y VIDEO 454010 - VENTA DE MOTOCICLETAS Y DE SUS PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS 461099 - VENTA AL POR MAYOR EN COMISIÓN O CONSIGNACIÓN DE MERCADERÍAS N.C.P. 476400 - VENTA AL POR MENOR DE JUGUETES, ARTÍCULOS DE COTILLÓN Y JUEGOS DE MESA 649290 - SERVICIOS DE CRÉDITO N.C.P. 681098 - SERVICIOS INMOBILIARIOS REALIZADOS POR CUENTA PROPIA, CON BIENES URBANOS PROPIOS O ARRENDADOS N.C.P.

CONCLUSIONES

BAZAR AVENIDA SA es una empresa familiar dedicada a la Comercialización de Artículos para el Hogar, operando desde el año 1971.
Registra juicios como homónimos en su contra y opera con normalidad con el sistema bancario aunque registró durante 2020 149 cheques rechazados por Sin Fondos por $182.7 Millones, de los cuales levantó 144 por $171.3 Millones.
No registra deuda exigible por AFIP en Aportes y Contribuciones a la Seg. Social. De su información contable a Junio 2020 se desprenden los siguientes indicadores a saber: Endeudamiento en baja (1.89 vs el actual 1.41), buena Liquidez en 1.63 y Solvencia en 0.63. Sus ventas registraron un aumento de 36% interanual, mientras que su rentabilidad revirtió el quebranto del periodo anterior pasando de -7% s/ventas al actual 1.8% s/ventas. Las ventas post balance a 6/21 proyectarían un marcado aumento de 50% interanual.
Ante lo dicho la empresa podría ser asistida con las garantías correspondientes

RESEÑA HISTÓRICA – GENERALIDADES

Empresa constituida el 29/07/1971, domiciliada legalmente en AVDA SANTA FE 252, (2300), RAFAELA, SANTA FE, ARGENTINA, dedicada a la Comercialización de Artículos para el Hogar.
Es parte de BZA Group, que está formado Bazar Avenida SA, Consumo SA, Total Support SA, Tinsa SA, Cobro Express Global SA, LOGME SA, GW Seguros y Avenida ACE. La actividad comercial de las mismas se canaliza a través de las marcas Megatone, Confina, Total Support, Cobro Express y Transfery.

Es licenciataria de MEGATONE, por lo que sus locales se identifican con la marca.
“Megatone es una cadena de locales de venta de electrodomésticos con cobertura nacional. Se enfoca fuertemente en el rubro tecnología, con productos que abarcan desde televisores, celulares, tabletas, notebooks, cámaras digitales, como así también pequeños electrodomésticos como batidoras, afeitadoras, planchas de pelo, etc. siempre atendiendo las necesidades tanto del hogar como de la vida cotidiana. En la actualidad cuenta con presencia en 12 provincias de Argentina, además de un canal de Venta Telefónica (0810-444-6342) y otro de Ventas Digital, que se desarrolla a través de su sitio web (www.megatone.net) con venta y entrega a domicilio en todo el país”

Estructura Societaria y Vinculaciones

SOCIOS / ACCIONISTAS

Razón Social/ Apellido y Nombres	Nacionalidad	C.U.I. T	Porcentaje
FIDEICOMISO MARSAN	Argentina	30715216082	50
FIDEICOMISO WISECONSOL	Argentina	30715216163	50

Fuente: Empresa.

VINCULACIONES / EMPRESAS RELACIONADAS

Razón Social	Nacionalidad	C.U.I. T
TINSA SOCIEDAD ANONIMA	Argentina	30707586377
SFV SA	Argentina	30703096278
CONSUMO SA	Argentina	30615851805
AVENIDA ACE	Argentina	N/I
GW SEGUROS	Argentina	N/I
LOGME SA	Argentina	30709113581
COBRO EXPRESS GLOBAL SA	Argentina	N/I
TOTAL SUPPORT SA	Argentina	30709467200

Fuente: Empresa.

PRINCIPALES DIRECTIVOS

Apellido y Nombres	Nacionalidad	C.U.I. T	Cargo
SANTI SERGIO LUIS	Argentina	20160312441	PRESIDENTE
SANTI JORGE RAMON	Argentina	20076492280	VICEPRESIDENTE
SANTI EDUARDO ESTEBAN	Argentina	20100622751	DIRECTOR/A TITULAR
SANTI JAVIER HERNAN	Argentina	20327261291	DIRECTOR/A SUPLENTE
SANTI MICAELA	Argentina	27349353801	DIRECTOR/A SUPLENTE
SANTI IGNACIO EDUARDO	Argentina	20289185322	DIRECTOR/A SUPLENTE
SANTI ESTEBAN MARCELO	Argentina	20283754597	DIRECTOR/A SUPLENTE
SANTI DANIEL ALEJANDRO	Argentina	20263193432	DIRECTOR/A SUPLENTE
PEIRONE RICARDO MIGUEL	Argentina	23101541339	SINDICO TITULAR

Fuente: Externa.

ACTUACIÓN Y/O PARTICIPACIÓN EN EMPRESAS DE LOS PRINCIPALES SOCIOS/DIRECTORES

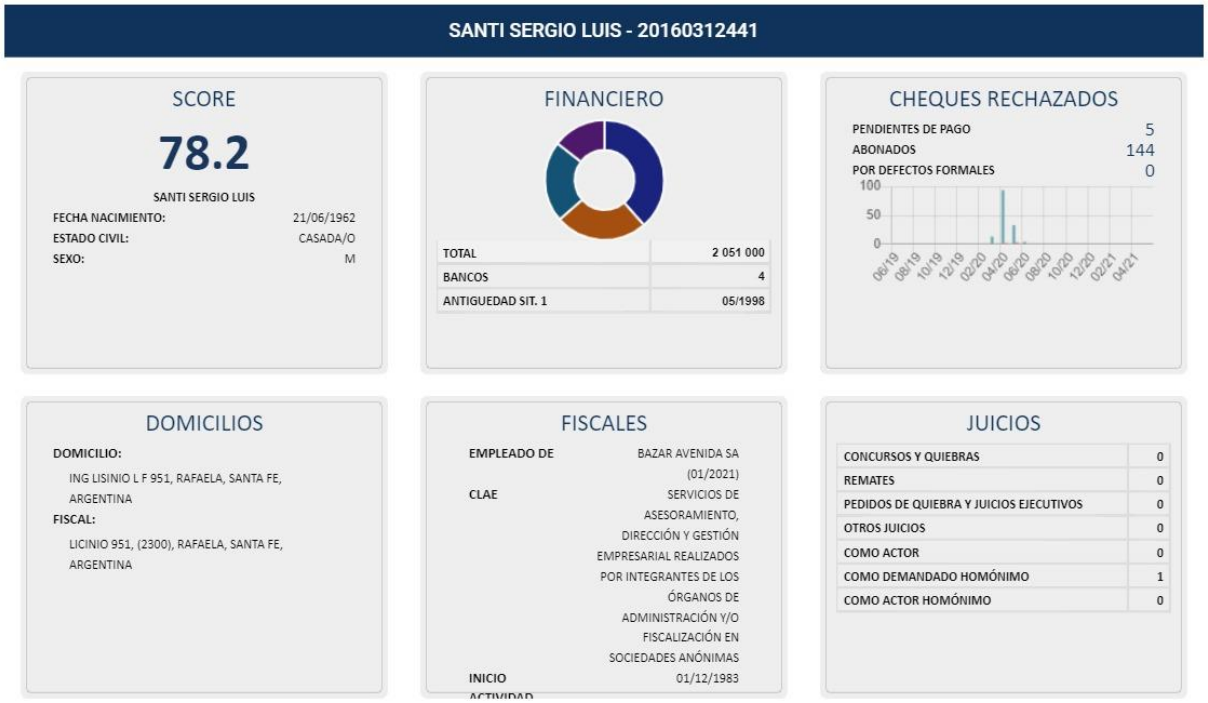
SANTI JORGE RAMON

- EX-DIRECTOR/A DE:CONSUMO SACUIT :30615851805
- EX-SOCIA/O COMANDITARIA/O DE:ESTABLECIMIENTOS IGUAZU SOC EN COM POR ACCIONESCUIT :30540367295
- EX-VICE-PRESIDENTE DE:INGOT SA (desde 09-2004) CUIT :30709108537
- PRESIDENTE DE:TINSA SOCIEDAD ANONIMA (desde 04-2001) CUIT :30707586377
- VICEPRESIDENTE DE: TOTAL SUPPORT SACUIT :30709467200

SANTI SERGIO LUIS

- DIRECTOR/A TITULAR DE :TINSA SOCIEDAD ANONIMA (desde 04-2001) CUIT :30707586377
- EX-DIRECTOR/A DE: CONSUMO SACUIT :30615851805
- EX-SOCIA/O COMANDITARIA/O DE: ESTABLECIMIENTOS IGUAZU SOC EN COM POR ACCIONESCUIT :30540367295
- EX-VOCAL TITULAR DE: CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE RAFAELA Y LA REGIONCUIT :30525777614
- PRESIDENTE DE: LOGME SA (desde 08-2016) CUIT :30709113581
- VICE-PRESIDENTE DE: TOTAL SUPPORT SA (desde 12-2012) CUIT :30709467200

ANTECEDENTES DE PRINCIPALES DIRECTIVOS



SANTI JORGE RAMON - 20076492280

SCORE

69.2

SANTI JORGE RAMON

FECHA NACIMIENTO:	09/01/1950
ESTADO CIVIL:	CASADA/O
SEXO:	M

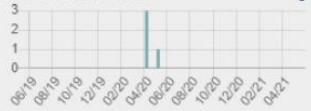
FINANCIERO



TOTAL	41 000
BANCOS	4
ANTIGUEDAD SIT. 1	06/1999

CHEQUES RECHAZADOS

PENDIENTES DE PAGO	0
ABONADOS	4
POR DEFECTOS FORMALES	0



DOMICILIOS

DOMICILIO:

CORRIENTES 882, (2300), RAFAELA, SANTA FE, ARGENTINA

FISCAL:

CORRIENTES 882, (2300), RAFAELA, SANTA FE, ARGENTINA

OTROS:

AV. LEANDRO N. ALEM 530 PISO 2, (1001), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCALES

EMPLEADO DE	CONSUMO SA (01/2021)
CLAE	SERVICIOS DE ASESORAMIENTO, DIRECCIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL REALIZADOS POR INTEGRANTES DE LOS ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN Y/O FISCALIZACIÓN EN SOCIEDADES ANÓNIMAS
INICIO ACTIVIDAD	01/05/1975

JUICIOS



no se detectó actividad judicial

SANTI EDUARDO ESTEBAN - 20100622751

SCORE

65.3

SANTI EDUARDO ESTEBAN

FECHA NACIMIENTO:	25/01/1952
ESTADO CIVIL:	CASADA/O
SEXO:	M

FINANCIERO



TOTAL	85 000
BANCOS	2
ANTIGUEDAD SIT. 1	04/2017

CHEQUES RECHAZADOS



BCRA no informa cheques rechazados

DOMICILIOS

DOMICILIO:

NICOLAS PROVIDENTI 198, (2300), RAFAELA - SANTA FE, SANTA FE, ARGENTINA

FISCAL:

NICOLAS PROVIDENTI 198, (2300), RAFAELA - SANTA FE, SANTA FE, ARGENTINA

OTROS:

PROVIDENT 198 /DE/ 2, (2300), RAFAELA, LITORAL
AV. LEANDRO N. ALEM 530 PISO 2, (1001), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCALES

CLAE	JUBILADO
RIESGO FISCAL	NO

JUICIOS



no se detectó actividad judicial

Situación Comercial

PROVEEDORES

- FRIMETAL S.A.
- BICISPORT S.A.
- CRISTALUX S.A.
- SATO ARGENTINA S.A. (ANTES NODOS S.A.)
- CARGO S.A.
- PANASONIC ARGENTINA S.A. (ANTES PANASONIC FUEGUINA S.A.)
- SONY ARGENTINA S.A.
- LIMANSKY S.A. (ANTES MARCOS LIMANSKY E HIJOS S.R.L.)
- WHIRLPOOL ARGENTINA S.R.L. (ANTES S.A.)
- FABRICA AUSTRAL DE PRODUCTOS ELECTRICOS S.A.
- PARQUE RAFAELA S.A.
- JOSE M. ALLADIO E HIJOS S.A.
- NEWSAN S.A.
- FOXMAN FUEGUINA S.A.
- PHILCO USHUAIA S.A.
- RADIO VICTORIA FUEGUINA S.A.
- NAXOS S.A. (ANTES ULTRACOMB S.A.)
- LONGVIE S.A.
- PHILIPS ARGENTINA S.A.
- ETERTIN S.A.
- FERNANDO A. CHIESA S.A.
- DOMEC SAN LUIS S.A.
- SOLUCIONES INTEGRALES CORPORATIVAS S.A.

CLIENTES

No se detectaron datos.

MARCAS / PATENTES

ES LICENCIATARIA DE MEGATONE, POR LO QUE SUS LOCALES SE IDENTIFICAN CON LA MARCA.

GRUPO BAZAR	**NOMBRE:** GRUPO BAZAR GB **TIPO:** MIXTA **CLASE:** 35, 36, 42 **ACTA:** 3500508 **BOLETÍN:** 0 **PUBLICACIÓN:** 30/12/1899	BAZAR AVENIDA	**NOMBRE:** BAZAR AVENIDA **TIPO:** DENOMINATIVA **CLASE:** 42 **ACTA:** 2753352 **BOLETÍN:** 0 **PUBLICACIÓN:** 30/12/1899	CAJA DE CREDITO RAFAELA	**NOMBRE:** CAJA DE CREDITO RAFAELA **TIPO:** DENOMINATIVA **CLASE:** 36 **ACTA:** 3486627 **BOLETÍN:** 4277 **PUBLICACIÓN:** 05/10/2016
BAZAR AVENIDA	**NOMBRE:** BAZAR AVENIDA **TIPO:** Denominativa **CLASE:** 42 **ACTA:** 3679790 **BOLETÍN:** **PUBLICACIÓN:** -	MEGA BANK	**NOMBRE:** MEGA BANK **TIPO:** Denominativa **CLASE:** 36 **ACTA:** 3790630 **BOLETÍN:** **PUBLICACIÓN:** -	MEGAMARKET	**NOMBRE:** MEGAMARKET **TIPO:** Denominativa **CLASE:** 35 **ACTA:** 3917609 **BOLETÍN:** - **PUBLICACIÓN:** 19/08/2020

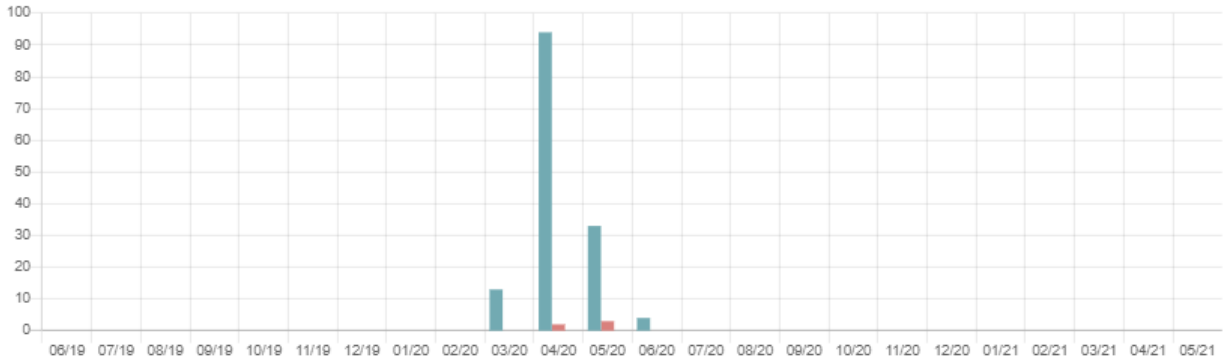
EVOLUCION DE LAS VENTAS

06/2018	06/2019	06/2020	Post Balance al 02/2021	Post Balance proy. al 06/2021	Deuda en Días Ventas sobre BCRA
-	$ 3 607 853 023	$ 4 912 575 872	$ 5 988 759 631	$ 8 983 139 447	5

Situación Bancaria

CHEQUES RECHAZADOS

	Sin Fondos				Def. Formales			
	Cantidad	%	Monto	%	Cantidad	%	Monto	%
Sin Abonar	5	3%	11 336 180,28	6%	0	0%	0,00	0%
Levantados	144	97%	171 360 608,88	94%	0	0%	0,00	0%
Totales	149	100%	182 696 789,16	100%	0	0%	0,00	0%



149 CHEQUES RECHAZADOS

CENTRAL DE DEUDORES

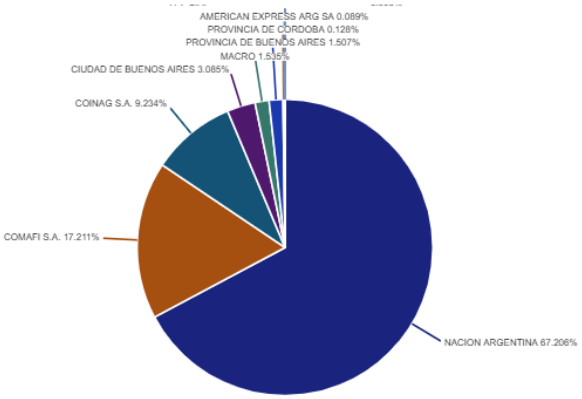
Banco	04/2019	05/2019	06/2019	07/2019	08/2019	09/2019	10/2019	11/2019
PROVINCIA DEL NEUQUEN S.A.								
MUNICIPAL DE ROSARIO								
INDUSTRIAL								
AMERICAN EXPRESS ARG SA								
COINAG S.A.								
HIPOTECARIO								
DE CORRIENTES S.A.								
PROVINCIA DE CORDOBA								
YPF S.A.							43,00	3,00
PATAGONIA						1,00		
NUEVO DE SANTA FE S.A.				4,00				
MACRO				1,00	3,00		2,00	10,00
YPF S.A.	44,00		44,00	44,00		43,00		
SUPERVIELLE	2,00	2,00	2,00	2,00	5,00	2,00		2,00
PROVINCIA DE BUENOS AIRES	4 200,00	4 200,00	3 975,00	3 975,00	3 975,00	3 691,00	3 691,00	3 691,00
NACION ARGENTINA	57 011,00	56 345,00	53 632,00	55 325,00	69 796,00	68 230,00	70 295,00	
MULTIFINANZAS CIA FINANCIERA SA	870,00	444,00			1 812,00		1 219,00	9 375,00
COMAFI S.A.	1 564,00	1 501,00	1 451,00	1 382,00	1 335,00	1 255,00	1 214,00	1 130,00
CMF S.A.	12 173,00	10 346,00	8 585,00	6 860,00	5 185,00	3 544,00	1 951,00	823,00
CIUDAD DE BUENOS AIRES	4 639,00	4 639,00	4 506,00	4 506,00	4 506,00	4 341,00	4 340,00	4 340,00
BBVA FRANCES	3 138,00	2 547,00		2 843,00	2 221,00	3 686,00	3 243,00	
TOTAL PERIODO	**83 641,00**	**80 024,00**	**72 195,00**	**74 942,00**	**88 838,00**	**84 793,00**	**85 998,00**	**19 374,00**

Banco	12/2019	01/2020	02/2020	03/2020	04/2020	05/2020	06/2020	07/2020
PROVINCIA DEL NEUQUEN S.A.								
MUNICIPAL DE ROSARIO								
INDUSTRIAL								
AMERICAN EXPRESS ARG SA								
COINAG S.A.								
HIPOTECARIO								2,00
DE CORRIENTES S.A.							1,00	1,00
PROVINCIA DE CORDOBA				27,00				45,00
YPF S.A.	3,00				3,00			
PATAGONIA			12,00	13,00		12,00	3,00	
NUEVO DE SANTA FE S.A.								
MACRO	103,00		2,00	120,00		8 360,00	9 638,00	8 700,00
YPF S.A.		3,00	3,00	3,00		3,00	3,00	3,00
SUPERVIELLE	2,00		8,00	2,00	2,00		2,00	2,00
PROVINCIA DE BUENOS AIRES	3 691,00	3 404,00	2 977,00	2 977,00		2 977,00	2 393,00	2 393,00
NACION ARGENTINA	67 715,00	68 167,00	67 328,00	69 577,00		70 577,00	72 408,00	74 181,00
MULTIFINANZAS CIA FINANCIERA SA	9 211,00			358,00				
COMAFI S.A.	1 059,00	991,00	928,00	13 710,00		890,00	636,00	529,00
CMF S.A.	164,00							
CIUDAD DE BUENOS AIRES	4 175,00	4 175,00	4 175,00	4 176,00		4 175,00	4 176,00	3 843,00
BBVA FRANCES	216,00	3 732,00		50,00		21,00	19 928,00	4 534,00
TOTAL PERIODO	**86 339,00**	**80 472,00**	**75 433,00**	**91 013,00**	**5,00**	**87 015,00**	**109 188,00**	**94 233,00**

Banco	08/2020	09/2020	10/2020	11/2020	12/2020	01/2021	02/2021	03/2021
PROVINCIA DEL NEUQUEN S.A.								1,00
MUNICIPAL DE ROSARIO							2,00	
INDUSTRIAL							1,00	
AMERICAN EXPRESS ARG SA							4,00	106,00
COINAG S.A.		12 174,00	11 995,00	11 810,00	11 633,00	11 435,00	11 206,00	11 008,00
HIPOTECARIO	1,00		7,00	2,00	66,00	48,00	6,00	
DE CORRIENTES S.A.	1,00					1,00		
PROVINCIA DE CORDOBA				2,00	13,00	36,00	1,00	152,00
YPF S.A.	3,00							
PATAGONIA					2,00	3,00	4,00	
NUEVO DE SANTA FE S.A.								
MACRO	8 911,00	5 527,00	2 806,00	293,00	754,00	11,00	9,00	1 830,00
YPF S.A.		3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
SUPERVIELLE	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	6,00	2,00	2,00
PROVINCIA DE BUENOS AIRES	2 393,00	2 393,00	2 393,00	2 393,00	2 393,00	1 796,00	1 796,00	1 796,00
NACION ARGENTINA	72 681,00	74 506,00	76 470,00	79 178,00	78 093,00	80 840,00		80 116,00
MULTIFINANZAS CIA FINANCIERA SA								
COMAFI S.A.	446,00	363,00	331,00	25 546,00	25 577,00	25 630,00	25 572,00	20 517,00
CMF S.A.		1,00						
CIUDAD DE BUENOS AIRES	3 843,00	3 844,00	3 844,00	3 678,00	3 678,00	3 680,00	3 678,00	3 678,00
BBVA FRANCES	2 434,00	24,00		2 171,00	1,00	4,00	3,00	
TOTAL PERIODO	**90 715,00**	**98 837,00**	**97 851,00**	**125 078,00**	**122 215,00**	**123 493,00**	**42 287,00**	**119 209,00**

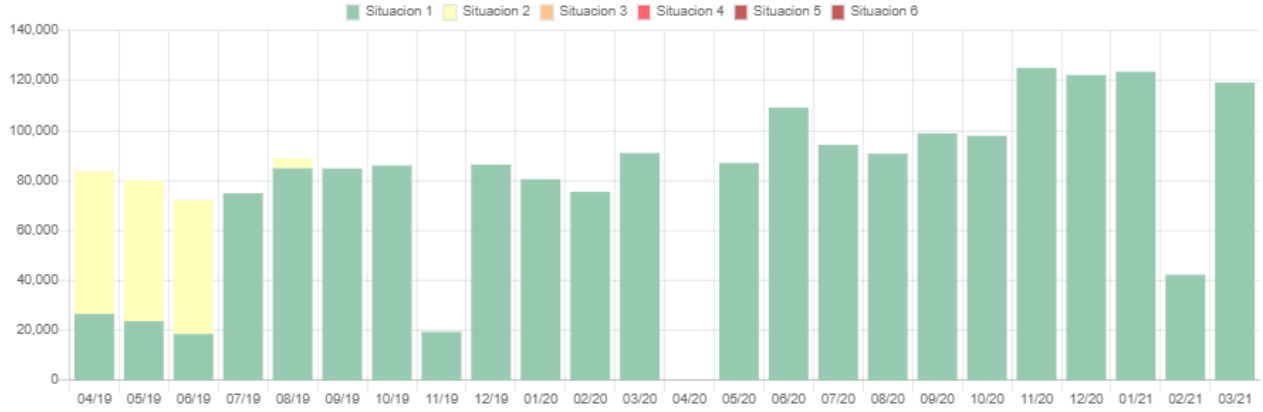
Situaciones

1	Situación Normal	4	Con Alto Riesgo de Insolvencia (atraso de 181 a 365 días)
2	Con Riesgo Potencial (atraso de 31 a 90 días)	5	Irrecuperable (atraso de más de 365 días)
3	Con Problemas (atraso de 91 a 180 días)	6	Irrecuperable por Disposición Técnica (Morosos de ex-entidades financieras, con atraso de más de 180 días)



Situaciones últimos 24 meses

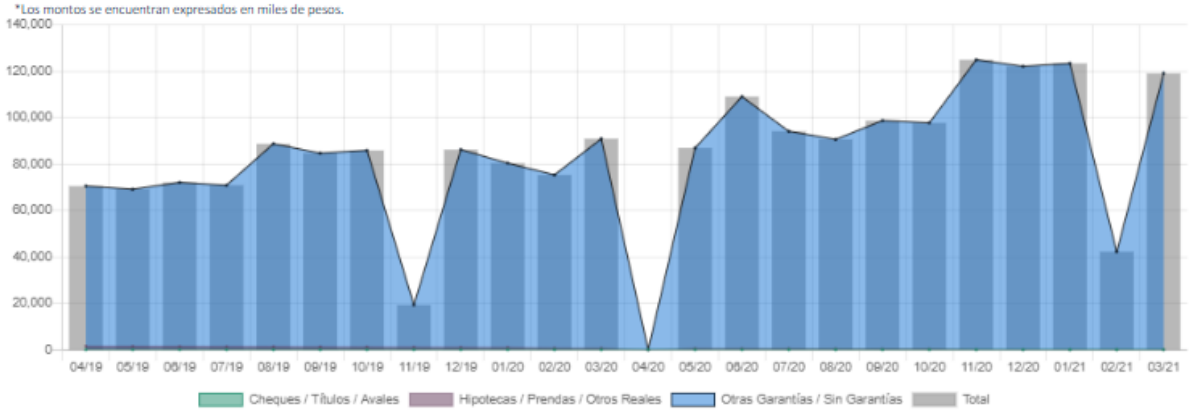
*Los montos se encuentran expresados en miles de pesos.



Los montos se encuentran expresados en miles de pesos

Garantías últimos 24 meses

*Los montos se encuentran expresados en miles de pesos.



Situación Judicial

CARÁTULAS DE JUICIOS COMO DEMANDADO

ANTECEDENTES JUDICIALES COMO DEMANDADO - HOMÓNIMOS

Tipo	Fecha	Radicación	Juzgado	Localidad	Secretaria	Actor
ORDINARIO	31/12/2019		JUZGADO COMERCIAL 27 -		SECRETARIA Nº 53	KOCHAN HERNAN ALBERTO
ORDINARIO	31/12/2019		JUZGADO COMERCIAL 22-		SECRETARIA Nº 43	SEQUEIRA WOLF GERMAN ARIEL
DAÑOS Y PERJUICIOS	01/08/2017	CIVIL Y COMERCIAL	6	BUENOS AIRES - Mar del Plata	0	FORCADES ROMINA ANDREA

CARÁTULAS DE JUICIOS COMO DEMANDANTE

Tipo	Fecha	Radicación	Juzgado	Localidad	Secretaria	Demandado
JUICIO EJECUTIVO	24/11/2016		4 C Y C DE MERCEDES		U EXP 80981	JUAREZ PEDRO ALEJANDRO
JUICIO EJECUTIVO	24/11/2016		10 C Y C DE MERCEDES		U EXP 80049	RUBIERA MARCOS MARIA
JUICIO EJECUTIVO	11/11/2016		9 C Y C DE LOMAS DE ZAMORA		U EXP 89787	ORELLANA MARCOS DAVID
JUICIO EJECUTIVO	28/10/2016		8 C Y C DE LOMAS DE ZAMORA		U EXP 88512	CRARO NORBERTO RAMON
JUICIO EJECUTIVO	06/10/2016		3 C Y C DE AZUL		U EXP 64030	PALMICHE JORGE DARIO

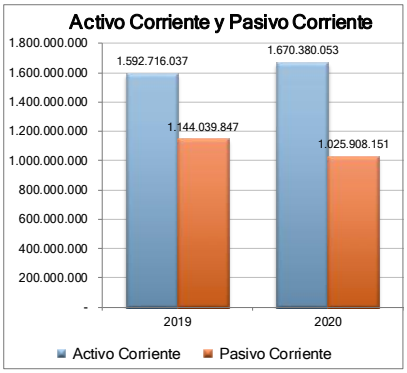
Información Económica / Financiera

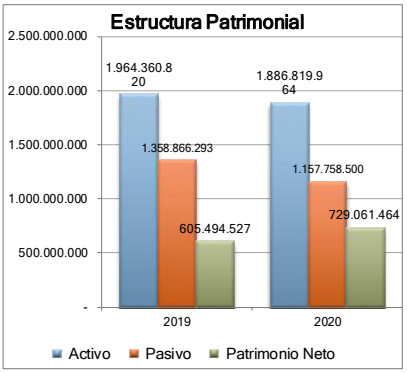
DATOS CONTABLES

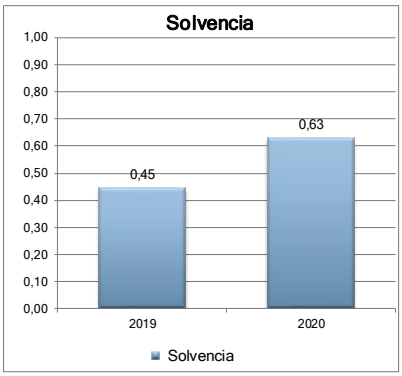
Períodos Analizados	2019/2020	
Concepts	06/2019	06/2020
Caja y Bancos	80.642.383,0	88.978.744,0
Inversiones corrientes	324.003.437,0	95.767.886,0
Creditos por ventas	496.094.713,0	660.801.671,0
Otros Créditos	209.929.733,0	293.581.590,0
Bienes de Cambio	482.045.771,0	531.250.162,0
Bienes intangibles	0,0	0,0
Otros activos corrientes	0,0	0,0
Activo Corriente	**1.592.716.037,0**	**1.670.380.053,0**
Otros Créditos no corrientes	150.772.626,0	34.510.270,0
Otras inversiones no corrientes	8.155.612,0	42.777.970,0
Bienes de Uso valor de origen	1.043.497.794,0	644.717.044,0
Depreciación acumulada	833.505.072,0	506.569.429,0
Bienes de Uso	209.992.722,0	138.147.615,0
Activos intangibles no corrientes	2.723.823,0	1.004.056,0
Otros activos no corrientes	0,0	0,0
Activo no Corriente	**371.644.783,0**	**216.439.911,0**
ACTIVO	**1.964.360.820,0**	**1.886.819.964,0**
Deudas Comerciales	862.188.703,0	586.977.014,0
Deudas bancarias	10.078.005,0	34.169.091,0
Deudas sociales	57.754.528,0	71.234.478,0
Deudas fiscales	59.748.674,0	177.461.996,0
Otros Pasivos	154.269.937,0	156.065.572,0
Pasivo Corriente	**1.144.039.847,0**	**1.025.908.151,0**
Deudas Comerciales	0,0	0,0
Deudas bancarias	3.450.109,0	1.328.366,0
Deudas fiscales	1.869.239,0	83.412,0
Otros Pasivos	209.507.098,0	130.438.571,0
Previsiones	0,0	0,0
Pasivo no Corriente	**214.826.446,0**	**131.850.349,0**
PASIVO	**1.358.866.293,0**	**1.157.758.500,0**
Capital social	170.325.731,0	464.325.731,0
Resultados Acumulados	435.168.796,0	264.735.733,0
PATRIMONIO NETO	**605.494.527,0**	**729.061.464,0**
PASIVO + PATRIMONIO NETO	**1.964.360.820,0**	**1.886.819.964,0**
Ventas	3.607.853.023,0	4.912.575.872,0
Compras del ejercicio	1.862.277.645,0	3.103.643.471,0
Costo de Ventas	2.415.189.562,0	3.136.518.271,0
Margen Bruto	1.192.663.461,0	1.776.057.601,0
Amortizaciones	46.790.974,0	42.399.096,0
Gastos Comerciales	1.477.893.230,0	1.392.063.500,0
Gastos Administración	77.202.051,0	66.296.396,0
Gastos Financieros	66.284.389,0	41.652.247,0
Otros ingresos	268.789.664,0	77.348.071,0
Otro egresos	0,0	209.331.472,0
Impuesto a las ganancias	87.778.413,0	55.050.806,0
Resultado del ejercicio	**-247.704.958,0**	**89.011.251,0**
EBITDA	**-46.851.182,0**	**228.113.400,0**

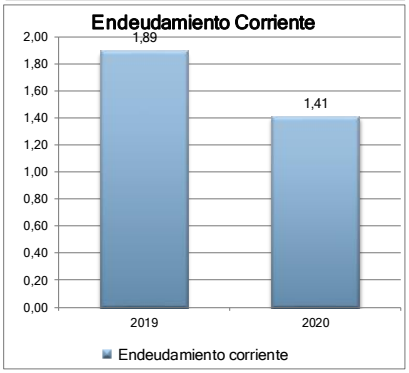
Importes Expresados en Pesos

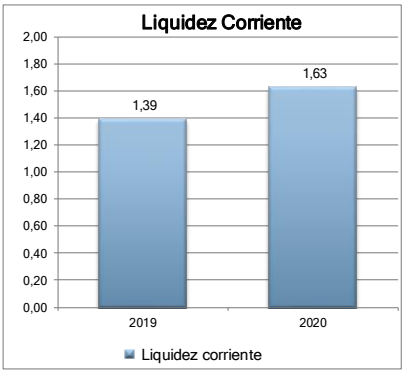
PRINCIPALES INDICADORES

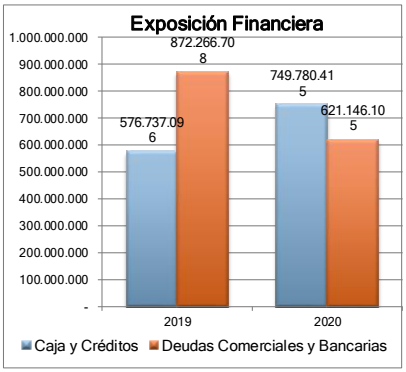


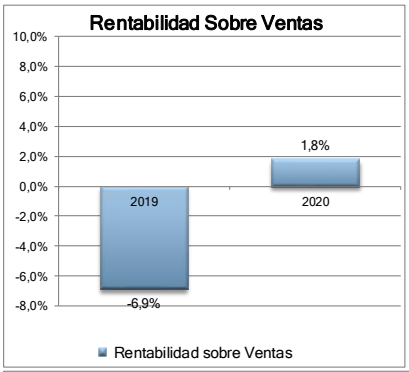


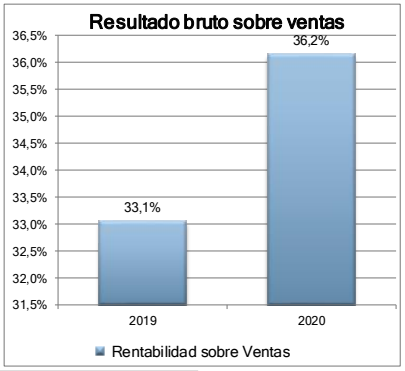


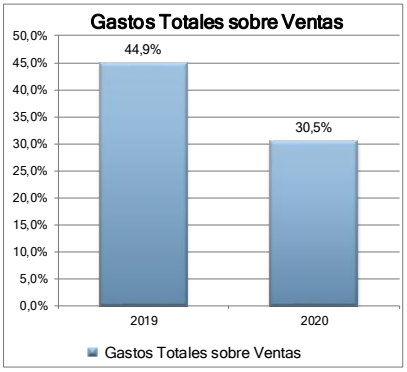


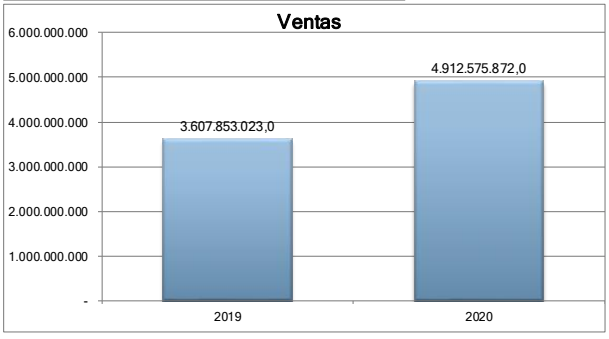


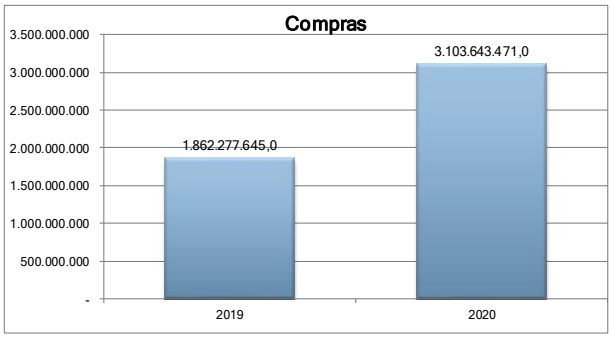












Publicaciones

OFICIALES

Provincia: BOLETIN OFICIAL DE LA PROVINCIA DE SANTA FE Fecha: 09/09/2019

BAZAR AVENIDA S.A. MODIFICACION DE ESTATUTO Por decisión en Asamblea General Ordinaria, celebrada en fecha 12 de diciembre de 2018, la Sociedad BAZAR AVENIDA S.A., aprobó la modificación de los Art. 1 y 3 del Estatuto Social, los cuales quedaran redactados de la siguiente manera: denominación, domicilio, plazo y objeto. Artículo 1: La sociedad se denomina BAZAR AVENIDA SOCIEDAD ANONIMA, y tiene su domicilio legal en jurisdicción de la ciudad de Rafaela, departamento Castellanos, de la provincia de Santa Fe. Artículo 3º: El Objeto de la Sociedad, será de un negocio de bazar, menaje, artículos para el hogar, juguetería, mueblería, refrigeración, servicio mecánico para artefactos de uso doméstico, comercial y/o industrial y cualquier otro rubro afín al mismo. La sociedad podrá tambien comercializar moto-vehículos, kits de equipos para vehículos y equipos de telefonía móvil Asimismo la sociedad podrá brindar los siguientes Servicios Postales: (I) Monetarios: realizar por cuenta propia o de terceros, dentro de la República Argentina, giros postales, telegráficos o de otro tipo, para lo cual la sociedad está autorizada a realizar las siguientes actividades, sin excluir toda otra necesaria para el cumplimiento de su objeto: recepción de sumas de dinero, emisión de órdenes de pago, realización de notificaciones y envió de dinero a los destinatarios de los giros y servicios monetarios conforme las modalidades que disponga la ley que regule la actividad postal vigente en cada momento. (II) Tradicionales: realizar por cuenta propia o de terceros, en el ámbito nacional y/o internacional, la recepción, clasificación, transporte, distribución y entrega de documentación comercial y/o de cualquier otra índole, cartas simples, cartas-documento, envíos postales preferenciales, diarios y revistas, paquetes, couriers, piezas postales, encomiendas y/o correspondencia, propia y/o de terceros, y cualquier otra actividad necesaria para la consecución del objeto de la sociedad, conforme lo disponga la normativa vigente de aplicación a la actividad, en cada momento. Dicha actividad se realizara de conformidad con lo previsto por el Artículo 4º del Decreto 1187/93, el cual se transcribe a continuación, de acuerdo a lo previsto por el Artículo 5º del Requerimiento Integral para Solicitudes de Inscripcion en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, aprobado por la resolución 1811/2005 de la Comisión Nacional de Comunicaciones: Defines a los fines de este decreto como actividad del mercado postal, a las actividades que se desarrollen para la admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de correspondencia, cartas, postales impresos, encomiendas de hasta cincuenta (50) kilogramos, que se realicen dentro de la República Argentina y desde o hacia el exterior. Esta definición incluye la actividad desarrollada por los llamados “couriers”, o empresas de “couriers” y toda otra actividad asimilada o asimilable”. La sociedad contara además con capacidad para otorgar préstamos con o sin garantia, reales o personales, a corto o largo plazo, a personas físicas o jurídicas. Tales actos se realizarán mediante la utilización de recursos financieros propios de la sociedad, quedando excluidas las operaciones comprendidas en la ley de entidades financieras o cualquier otra en la que se recurriera al ahorro público. podrá tambien emitir, en el país o en el exterior, obligaciones negociables, y otros títulos de deuda en cualquier moneda, con o sin garantia, convertibles o no en cajones de la sociedad, así como otros títulos valores, típicos o atípicos. Asimismo, la sociedad Cara con capacidad para fabricar computadoras, equipos informáticos y desarrollar sistemas (Software). De la misma manera se dedicará a la reparación, venta, comercialización y distribución de los productos informáticos que produce, ya sea en el mercado interno y/o externo. podrá además importar y exportar insumos informáticos. Para el cumplimiento de su objeto la sociedad tendrá plena capacidad jurídica para adquirir derechos, contraer obligaciones y ejercer los actos que no sean prohibidos por las leyes o por este estatuto, incluido el otorgamiento de avales, garantías y/o fianzas a favor de obligaciones de terceros. Texto Ordenado del Estatuto de la Sociedad BAZAR AVENIDA S.A. Estatuto: denominación, domicilio, plazo y objeto. Artículo 1: La sociedad se denomina BAZAR AVENIDA SOCIEDAD ANONIMA, y tiene su domicilio legal en jurisdicción de la ciudad de Rafaela, departamento Castellanos, de la provincia de Santa Fe. Artículo 2º: Su duración es de cincuenta años, contados desde la fecha de inscripción originaria en el Registro Público de Comercio. Artículo 3: El Objeto de la Sociedad, será de un negocio de bazar, menaje, artículos para el hogar, juguetería, mueblería, refrigeración, servicio mecánico para artefactos de uso doméstico, comercial y/o industrial y cualquier otro rubro afín al mismo. La sociedad podrá tambien comercializar moto-vehículos, kits de equipos para vehículos y equipos de telefonía móvil. Asimismo la sociedad podrá brindar los siguientes Servicios Postales: (I) Monetario cuenta propia o de terceros, dentro de la República Argentina, giros postales, telegráficos o de otro tipo, para lo cual la sociedad está autorizada a realizar las siguientes actividades, sin excluir toda otra necesaria para el cumplimiento de su objeto: recepción de sumas de dinero, emisión de órdenes de pago, realización de notificaciones y envió de dinero a los destinatarios de los giros y servicios monetarios conforme las modalidades que disponga la ley que regule la actividad postal vigente en cada momento. (II) Tradicionales: realizar por cuenta propia o de terceros, en el ámbito nacional y/o internacional, la recepción, clasificación, transporte, distribución y entrega de documentación comercial y/o de cualquier otra índole, cartas simples, cartas-documento, envíos postales preferenciales, diarios y revistas, paquetes, couriers, piezas postales, encomiendas y/o correspondencia, propia y/o de terceros, y cualquier otra actividad necesaria para la consecución del objeto de la sociedad, conforme lo disponga la normativa vigente de aplicación a la actividad, en cada momento. Dicha actividad se realizara de conformidad con lo previsto por el Artículo 4º del Decreto 1187/93, el cual se transcribe a continuación, de acuerdo a lo previsto por el Artículo 5º del Requerimiento Integral para Solicitudes de Inscripcion en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, aprobado por la resolución 1811/2005 de la Comisión Nacional de Comunicaciones: Defines a los fines de este decreto como actividad del mercado postal, a las actividades que se desarrollen para la admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de correspondencia, cartas, postales impresos, encomiendas de hasta cincuenta (50) kilogramos, que se realicen dentro de la República Argentina y desde o hacia el exterior. Esta definición incluye la actividad desarrollada por los llamados “couriers”, o empresas de “couriers” y toda otra actividad asimilada o asimilable”. La sociedad contara además con capacidad para otorgar préstamos con o sin garantia, reales o personales, a corto o largo plazo, a personas físicas o jurídicas. Tales actos se realizarán mediante la utilización de recursos financieros propios de la sociedad, quedando excluidas las operaciones comprendidas en la ley de entidades financieras o

cualquier otra en la que se recurriera al ahorro público. podrá tambien emitir, en el país o en el exterior, obligaciones negociables, y otros títulos de deuda en cualquier moneda, con o sin garantia, convertibles o no en acciones de la sociedad, así como otros títulos valores, típicos o atípicos. Asimismo, la sociedad contara con capacidad para fabricar computadoras, equipos informáticos y desarrollar sistemas (Software). De la misma manera se dedicará a la reparación, venta, comercialización y distribución de los productos informáticos que produce, ya sea en el mercado interno y/o externo. podrá además importar y exportar insumos informáticos. Para el cumplimiento de su objeto la sociedad tendrá plena capacidad jurídica para adquirir derechos, contraer obligaciones y ejercer los actos que no sean prohibidos por las leyes o por este estatuto, incluido el otorgamiento de avales, garantías y/o fianzas a favor de obligaciones de terceros. Artículo 4º: El Capital Social es de pesos ciento cincuenta mil, representado por quince mil acciones de Diez Pesos valor nominal cada una. El capital puede ser aumentado por decisión de la Asamblea General Ordinaria hasta el quíntuplo de su monto, conforme al art. 188 de la ley 19.550. Artículo 5º: Las acciones serán al portador, ordinarias nominativas no endosables o preferidas. Estas últimas tienen derecho a un dividendo de pago preferente de carácter acumulativo o no, conforme a las condiciones de su emisión. Puede fijarse en una participación adicional en las ganancias. Artículo 6º: Cada acción ordinaria suscripta, confiere derecho de uno a cinco votos, conforme se determine al suscribir el capital inicial en oportunidad de resolver la asamblea su aumento. Las acciones preferidas pueden emitirse con o sin derecho a votos. Artículo 7º: Las acciones y los certificados provisionales que se emitan, contendrán las menciones del artículo 211 de la Ley 19550. Se pueden emitir títulos representativos de más de una acción. Artículo 8º: En caso de mora en la integración del capital, el Directorio queda facultado para seguir cualquiera de los procedimientos previstos por el artículo 193 de la Ley 19550. Administracion y representación. Artículo 9: La administracion de la Sociedad está a cargo de un Directorio compuesto del número de miembros que fije la Asamblea, entre un mínimo de tres (3) y un máximo de nueve (9), quienes duraran en sus funciones dos ejercicios. La Asamblea debe designar suplentes en igual o menor número que los titulares y por el mismo plazo con el fin de llenar las vacantes que se produjeren, en el orden de su elección. Los directores, en su primera sesión, deberán designar un presidente y un vicepresidente, este último reemplaza al primero en caso de ausencia o impedimento. El Directorio funciona con la presencia de la mayoría de sus miembros y resuelve por mayoría de votos presentes. La Asamblea fija la remuneración del Directorio Artículo 10º Los Directores deben prestar la siguiente la suma de pesos tres mil ($ 3.000.00) o su equivalente en acciones de otra sociedad por acciones, que deben depositar cada director en la Caja Social. Artículo 11º: El Directorio tiene todas las facultades para administrar y disponer de los bienes, incluso aquellas para las cuales la Ley requiera poderes especiales conforme al Artículo 375 del Código Civil y Comercial y artículo 9 del Decreto Ley 5965/63. Puede en consecuencia celebrar en nombre de la Sociedad toda clase de actos jurídicos que tiendan al cumplimiento del objeto social, entre ellos, celebrar en nombre de la sociedad toda clase de actos y contratos, comprar, gravar y vender inmuebles, operar con los bancos nacionales, provinciales, mixtos o particulares, y demás instituciones financieras, oficiales, mixtas o privadas, lo mismo que otorgar poderes judiciales o revocarlos, inclusive para formular, denunciar y querellar criminalmente o extrajudiciales con el objeto y extensión que juzgue conveniente, a una o más personas. La representación legal de la sociedad corresponde al presidente del Directorio o a dos directores quienes actuaran individualmente en el primer caso y en forma conjunta en el segundo. Fiscalización. Artículo 12º: La Sociedad prescinde de la Sindicatura, conforme lo autoriza el art. 284 de la Ley 19550 cuando por aumento de capital la sociedad quedara comprendida en el art. 299 inc. 2do. de la ley citada, en ese ejercicio, la Asamblea General debe elegir un Sindico titular y uno suplente, por el término de un ejercicio, sin necesidad de reformar este Estatuto. Mientras mantenga vigente la prescindencia de la sindicatura, la fiscalización de la Sociedad estará a cargo de todos los socios, de acuerdo al Derecho de contralor que les confiere el Articulo 55 de la Ley 19550. Asambleas. Artículo 13: Toda asamblea debe ser citada en primera y segunda convocatoria, en la forma establecida para la primera vez, por el artículo 237 de la Ley 19550, sin perjuicio de lo allí dispuesto para el caso de Asamblea unánime. La Asamblea en segunda convocatoria, ha de celebrarse el mismo día, una hora después de la fijada para la primera. Artículo 14: Rigen el quorum y mayoría determinados por los artículos 243 y 244 de la Ley 19550, según la clase de asamblea, convocatoria y materias de que se trata, excepto en cuanto al quorum de la asamblea extraordinaria en segunda convocatoria, la que se considerara constituida cualquiera sea el número de accionistas presentes con derecho a voto. Artículo 15: El ejercicio social cierra el 30 de junio de cada ano. A esa fecha se confeccionarán los estados contables, conforme a las disposiciones en vigencia y normas técnicas de la materia. La Asamblea puede modificar la fecha de cierre del ejercicio, inscribiendo la resolución pertinente en el Registro Público de Comercio y comunicándola a la autoridad de control. Las ganancias realizadas y liquidas se destinan: a) cinco por ciento hasta alcanzar el 20% del capital suscripto, para fondo de Reserva Legal; b) A remuneración del Directorio y Sindico en su caso; c) A dividendo de las acciones preferidas, con prioridad los acumulativos impagos; d) El saldo, en todo o en parte, a participación adicional de las acciones preferidas y a dividendos de las acciones ordinarias o a fondos de Reservas Facultativas o de previsión o a cuenta nueva o al destino que determina la Asamblea. Los dividendos deben ser pagados en proporción a las respectivas integraciones, dentro del ano de su sanción. Artículo 16º: La liquidación de la sociedad puede ser efectuada por el Directorio o por el liquidador designado por la Asamblea, bajo la vigilancia del síndico. Cancelado el pasivo y reembolsado el capital, el remanente se repartirá entre los accionistas con las preferencias indicadas en el artículo anterior. Rafaela, 27 de agosto de 2019. $ 335 400339 Sep. 9

Provincia: SANTA FE Fecha: 02/08/2016

BAZAR AVENIDA S.A. DESIGNACION DE AUTORIDADES Por decisión en Asamblea General Ordinaria, celebrada en fecha 02 de octubre de 2015, la Sociedad BAZAR AVENIDA S.A., procedió a designar a los directores titulares y suplentes por el plazo que fija el Estatuto Social de la firma. Posteriormente, en reunión de directores de fecha 02 de octubre de 2015, se procedió a designar los cargos en el Directorio de la Firma, quedando conformado de la siguiente manera: presidente: CPN Sergio Juan Luis Santi, DNI. 16.031.244, vicepresidente: CPN Jorge Ramon Santi, DNI 7.649.228, Director Titular: Jose Omar Fregona DNI 26.058.832; Directores Suplentes: Daniel Alejandro Santi DNI 26.319.343, Micaela Santi DNI 34.935.380 y Javier Hernan Santi DNI 32.726.129. Rafaela, 07 de junio de 2016. Fdo. Dra. Gatti, secretaria. $ 45 297190 Ag. 2

Provincia: SANTA FE Fecha: 12/06/2015

BAZAR AVENIDA S.A. ESTATUTO Por decisión en Asamblea General Ordinaria, celebrada en fecha 26 de junio de 2014, la Sociedad BAZAR AVENIDA S.A., procedió a designar a los directores titulares y suplentes por el plazo que fija el Estatuto Social

de la firma. Posteriormente, en reunión de directores de fecha 12 de agosto de 2014, se procedió a designar los cargos en el Directorio de la Firma, quedando conformado de la siguiente manera: presidente: CPN Sergio Juan Luis Santi, DNI. 16.031.244, Directores Titulares: CPN Jorge Ramon Santi, DNI 7.649.228, con funciones ejecutivas financieras; CPN Eduardo Esteban Santi; DNI 10.062.275 sin funciones ejecutivas; Directores Suplentes: Esteban Marcelo Santi, DNI. 28.375.459; Daniel Alejandro Santi DNI 26.319.343 e Ignacio Eduardo Santi DNI 28.918.532. Posteriormente, en Asamblea General Ordinaria, celebrada en fecha 25 de septiembre de 2014, se procedió a remover de su cargo al Sr. Eduardo Esteban Santi, DNI 10.062.275, designar a Ignacio Eduardo Santi DNI 28.918.532 como Director Titular. Ulteriormente, en reunión de Directorio Nº 549, celebrada el día 10.04.2015, se efectivizo la renuncia del presidente Sergio Juan Luis Santi DNI. 16.031.244 y del Director Titular Jorge Ramon Santi DNI 7.649.228, por lo que el Sr. Esteban Marcelo Santi DNI 28.375.459 asume como presidente de BAZAR AVENIDA S.A. y Daniel Alejandro Santi DNI 26.319.343 como Director Titular. Rafaela, 29 de mayo de 2015. Fdo. Marcela H. Zanutigh, secretaria. $ 56 263132 jun. 12

Provincia: SANTA FE Fecha: 06/12/2012

BAZAR AVENIDA S.A. DESIGNACION DE AUTORIDADES Por decisión en Asamblea General Ordinaria, celebrada en fecha 24 de diciembre de 2011, la Sociedad BAZAR AVENIDA S.A., procedió a designar a los directores titulares y suplentes por el plazo que fija el Estatuto Social de la firma. Posteriormente, en reunión de Directores de fecha 19 de Abril de 2012, se procedió a designar los cargos en el Directorio de la Firma, quedando conformado de la siguiente manera: Presidente: C.P.N. Sergio Juan Luis Santi, D.N.I. 16.031.244, Vicepresidente: Jorge Ramon Santi, D.N.I. 7.649.228 Director Titular: C.P.N. Eduardo Esteban Santi; D.N.I. 10.062.275; Directores Suplentes: Ignacio Eduardo Santi, D.N.I. 28.918.532, Daniel Alejandro Santi, D.N.I. 26.319.343 y Esteban Marcelo Santi, D.N.I. 28.375.459. Rafaela, 23 de noviembre de 2012. Fdo. Dra. Marcela H. Zanutigh, secretaria. $ 45 186524 dic. 6

Provincia: SANTA FE Fecha: 06/12/2011

BAZAR AVENIDA S.A. MODIFICACION DE ESTATUTO Por disposicion del Sr. Juez Encargado del Registro Público de Comercio de Rafaela se hace saber que los señores Socios de "BAZAR AVENIDA Sociedad Anónima", con domicilio legal en Avenida Santa Fe N° 252 Rafaela, provincia de Santa Fe, e inscripta en el Registro Público de la ciudad de Santa Fe el 2 de diciembre de 1975, bajo el N° 272, folio 270/71, Libro 1 de S.A. (luego asentada en el Registro Público de Comercio de la ciudad de Rafaela), el día 21 de septiembre de 2010, en la Asamblea General Extraordinaria Nº 77, de características unánime, de común acuerdo deciden la modificación de los artículos N° 9 y N° 12, los que quedan redactados de la siguiente manera: Articulo 9: La administracion de la Sociedad está a cargo de un Directorio compuesto del número de miembros que fije la Asamblea, entre un mínimo de Tres (3) y un máximo de Nueve (9), quienes duraran en sus funciones dos ejercicios. La Asamblea deberá designar suplentes en igual o menor número que los titulares y por el mismo plazo con el fin de llenar las vacantes que se produjeren, en el orden de su elección. Los directores, en su primera sesión, deberán designar un presidente y un vicepresidente, este último reemplaza al primero en caso de ausencia o impedimento. El Directorio funciona con la presencia de sus miembros y resuelve por mayoría de votos presentes. La Asamblea fija la remuneración del Directorio. Artículo 12: La Sociedad prescinde de la Sindicatura, conforme lo autoriza el art. 84 de la Ley de Sociedades Comerciales - t.o 1984. Cuando por aumento de capital la sociedad quedará comprendida en el art. 299 inciso 2do. de la ley citada, en ese ejercicio, la Asamblea deberá elegir un Sindico titular y uno suplente, por el término de un ejercicio, sin necesidad de reformar este Estatuto. Mientras mantenga vigente la prescindencia de la sindicatura, la fiscalización de la Sociedad está a cargo de todos los socios, de acuerdo con el Derecho de contralor que les confiere el Articulo 55 de la Ley de Sociedades Comerciales t.o. 1994. Rafaela, 22 de noviembre de 2011. $ 26 154105 dic. 6

Provincia: SANTA Fecha: 25/10/2010

BAZAR AVENIDA S.A. DESIGNACION DE AUTORIDADES Por decisión en Asamblea General Ordinaria, celebrada en fecha 17 de febrero de 2010, la Sociedad BAZAR AVENIDA S.A., procedió a designar a los directores titulares y suplentes por el plazo que fija el Estatuto Social de la firma. Posteriormente, en reunión de directores de fecha 28 de febrero de 2010, se procedió a designar los cargos en el Directorio de la Firma, quedando conformado de la siguiente manera: presidente: CPN Eduardo Esteban Santi, DNI. 10.062.275, Directores Titulares: CPN Sergio Juan Luis Santi, DNI. 16.031.244, Jorge Ramon Santi, DNI. 7.649.228, Directores Suplentes: Ignacio Eduardo Santi, DNI. 28.918.532, Daniel Alejandro Santi, DNI. 26.319.343 y Micaela Santi, DNI. 34.935.380. Rafaela, 15 de octubre de 2010. Adriana Constantino de Abele, secretaria. $ 15 115940 oct. 25

COMERCIALES

Concejo: Bazar Avenida pidió reflotar el proyecto urbanístico en Fader-Yrigoyen
Fecha: 17/04/2021 Fuente: https://diariolaopinion.com.ar/

Durante la mañana de ayer, los concejales mantuvieron un encuentro con los arquitectos del Grupo BZA, Daniel Bassano y Carlos Airaudo, quienes solicitaron apoyo por parte del Concejo para poder reflotar un proyecto de urbanización en la esquina de Fader e Yrigoyen. En abril de 2018, BZA Group, integrada por las empresas del ex Grupo Bazar Avenida y otras compañías vinculadas, había presentado un importante proyecto urbanístico que contemplaba en ese momento, una amplia intervención en el predio de la ex curtidora Castellanos, delimitado por las avenidas Fader, Yrigoyen, Remedios de Escalada, Saavedra y las vías del ferrocarril Belgrano. En abril de 2019, el Concejo aprobó la Ordenanza que habilitó la donación por parte del Grupo Bazar Avenida (BZA Group) de una franja de terreno de calle Fader para ensanchar esa avenida hasta bulevar Yrigoyen, a cambio de excepciones al Código Urbano para la construcción de su futuro edificio corporativo y paseo comercial en un predio ubicado en ese sector. En ese momento, y luego de un intenso debate, se ajustó lo vinculado a toda excepcionalidad a la reglamentación vigente y se acordó que el Concejo sería quien refrendará todo convenio que se deba firmar entre el Municipio y el BZA Group.
El presidente del Cuerpo, Germán Bottero, señaló luego de la reunión de ayer: “Las exenciones que plantearon los arquitectos, tienen que ver con una construcción más en altura, no para ganar más metros ya que los factores de ocupación del suelo (FOS) y el factor de ocupación total serían los mismos que hoy están habilitados en esa zona, pero el requerimiento tiene que ver con el diseño urbanístico y para construir una o dos plantas de cocheras, teniendo en cuenta que es un emprendimiento que necesita albergar a los autos que allí se acerquen”. Asimismo, el radical indicó que “hay otras cuestiones que están resueltas conforme el proyecto original, como por ejemplo el límite que planteaba el paredón contra Fader, hoy esa calle ya está donada y se está terminando, había una rotonda que formaba parte del proyecto y ya está construida y que la hizo la provincia. La Ordenanza no está, ellos como representantes del grupo vienen a sostener o a intentar seguir adelante con esa idea, ahora habrá que darle forma de Ordenanza y después de tener esta charla con ellos, haremos lo mismo con las áreas técnicas del municipio, seguramente con la secretaria de Planeamiento para empezar a darle forma”.
Otros aspectos que se abordaron en la reunión y se dejaron en claro, tienen que ver con los tiempos para poder ejecutar las obras y que el privado tenga esos plazos para poder avanzar y realizar los trámites pertinentes y de no observarse avances, entonces dejar sin efecto las exenciones o esos derechos.
LOS PLANTEOS DE BZA
El arquitecto Daniel Bassano, precisó que “lo que ha cambiado desde el 2018 a esta parte son las condiciones, este proyecto tiene la presentación en 2019 donde se da la Ordenanza y tenía un plazo de validez de un año, venciendo en abril de 2020. Finalizó ese año sin poder concretar lo que marcaba la norma y lo que venimos a solicitar es la promulgación a través del Concejo de una nueva Ordenanza que nos otorgue los mismos parámetros urbanísticos que tenía la antigua”.
Respecto a los aspectos del proyecto, el arquitecto Carlos Airaudo, dijo que “conceptualmente es el mismo, es decir, después de un par de años y con los inversores se modificará lo que es el funcionamiento en lo mínimo, pero el proyecto es el mismo. En cuanto al tema de la rotonda es lo que tratamos de resolver en esta reunión con los concejales, porque la obra ya se hizo y ahora veremos cómo seguimos con la plusvalía en ese sector”. Y agregó: “Nosotros tenemos un tiempo para reelaborar el proyecto, porque con el tema de la pandemia estaba todo parado y si bien seguimos trabajando en el armado de la iniciativa, consiguiendo los inversores, seguimos trabajando sin dibujar. Estamos más cerca de concretarlo, por lo tanto, debemos adaptar el proyecto a estos tiempos”. Bassano brindó detalles sobre la iniciativa a desarrollar y explicó que “lo que vinimos a proponer es exactamente lo mismo, es hacer un centro comercial, de servicios y habitacional; eso obviamente tiene una excepción que la promulga el Concejo y que venció en abril del año pasado. Por eso pedimos que se promulgue una nueva Ordenanza”.

La reconversión "urgente" del retail argentino: todos quieren ser Mercado Libre y defenderse del "cuco" Amazon
Fecha: 17/01/2020 Fuente: https://www.iproup.com/

Mientras que el crecimiento del ecommerce supera la inflación y empresas como Amazon y Mercado Libre siguen acaparando terreno, muchos jugadores de la escena local miran con gran interés la porción de la torta que hasta el momento nadie puede arrebatarles a estos gigantes. Las ventas en comercios caen y cientos de locales ya han tenido que bajar sus persianas, lo que obliga a las empresas a tomar medidas urgentes de adaptación en su estrategia competitiva y a cuidar como nunca a un consumidor cada vez más exigente. El consumo minorista registró en noviembre una caída de 12,3%, según el último informe de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME). Ese mes, las ventas en tiendas físicas cayeron 8,4%, mostrando como contrapartida un avance de 2,1% en el ecommerce. De acuerdo con la Cámara Argentina del Comercio Electrónico (CACE) por el canal online se realizaron operaciones por algo más de $152.000 millones, cifra que representa un incremento del 56% respecto a la del mismo período de 2018. El estudio Technology Vision 2019 de Accenture da cuenta de que el comercio minorista está mirando hacia experiencias personalizadas y on demand. Juan Morita, Director Ejecutivo de la consultora, asegura a iProUP que el sector del retail y bienes de consumo cambiará mucho más en los próximos 10 años que en los últimos 40.
A la hora de ponerle cifras a al asunto, desde la consultora Global Ayden afirman: "El sector del retail pierde cerca de 3.300 millones de dólares a nivel mundial cada año. El futuro pasa por implementar soluciones de comercio unificado, omnicanalidad, y por la personalización satisfactoria de la experiencia de compra. Sólo así se evitará seguir perdiendo cientos de millones de dólares anualmente". En este contexto de fuertes cambios, una sola palabra emerge como la responsable: digitalización. "Ya comenzó a ayudar a las empresas de todo el mundo a hacer realidad sus estrategias comerciales. Esta ola digital puede generar un valor acumulado de u$s3 billones en los próximos cinco años para la industria minorista", consignan desde Accenture.
Digitalización, aliada contra la crisis
Son muchas las cadenas de electrodomésticos que, afectadas por el cambio de hábito de los consumidores y la caída del consumo en sus espacios físicos, deben reinventarse. Los ingresos de Ribeiro, por ejemplo, se precipitaron a la mitad en apenas un año, lo que llevó a la empresa a solicitar un procedimiento preventivo de crisis. Por otro lado, tal como lo vienen haciendo otros jugadores, avanzó en el cierre de sucursales o en la reducción de superficies. Como contrapartida, registró un importante crecimiento de su canal de comercio electrónico, que ya representa el 30% de su facturación y una de las pocas unidades que arroja un saldo positivo. Walmart es otro jugador que se vio obligado a cerrar varias de sus sucursales físicas y potenciar la

omnicanalidad. Es decir, la integración de todos sus canales existentes para que un cliente que inició una comunicación (o un proceso de compra) por uno de ellos pueda continuarlo en otro. "El foco está puesto en innovar y mejorar la experiencia de compra", afirma Matías Grondona, Director Comercial. "Una prioridad es re-energizar nuestro negocio con la remodelación de tiendas e incorporando nuevas tecnologías. En especial, en la línea de cajas, para brindar rapidez, efectividad y ahorro de tiempo", señala. Además, "estamos llevando nuestra operación de ecommerce a nuevas regiones con soluciones innovadoras: desde una nueva app hasta un servicio de "pick it up" para retirar las compras online en una sucursal y sin bajarse del auto. También nos aliamos a socios estratégicos para las entregas. Concretamente, con Glovo y Pedidos Ya, para así eficientizar los envíos y que crezca nuestro ecosistema", indica a iProUP el directivo de Walmart. Javier Cominotti, gerente de Marketing de BZA Group, dueña de Megatone, asegura a iProUP que la digitalización y apuesta al online es vista por la empresa como "como una gran oportunidad. Son situaciones en las que el mercado se reconfigura y nos da la posibilidad de reposicionarnos".

"El consumidor se vuelve más exigente. El customer journey evolucionó y como retail enfocamos nuestro modelo de negocio a una propuesta 100% omnicanal, para que el cliente pueda optar entre cualquiera de las sucursales físicas, canales digitales o más de 450 puntos Megatone Express y obtenga la mejor experiencia", señala el directivo de Megatone. Javier Santi, gerente de ecommerce del grupo, destaca a iProUP que desarrollaron "el concepto Megatone Express a través de acuerdos con grandes canales de comercialización, trabajando fuerte en el interior del país y llevando la propuesta a los negocios de cercanía".

"Esto nos permite estar presentes en más de 450 localidades en las cuales los clientes acceden a beneficios, tanto en variedad de artículos como en precio y financiación", añade. Lograr capilaridad, para así estar más cerca del consumidor, y contar con una buena logística son dos requisitos clave para enfrentar el actual contexto. Según Morita, de Accenture, los líderes del segmento están reorientando sus espacios físicos para ganar relevancia en el proceso decisor de compra de las personas.

También están cambiando sus operaciones mediante el uso de nuevas tecnologías para conocer al público. Y migrando de la estrategia competitiva tradicional (comprar mercadería en cantidades para luego venderla en comercios) a permitir que los propios consumidores armen la lista de lo que desean (vía pedidos en la web) y de las marcas en que confían.

La moda del Marketplace

La ascendente inclusión de tecnología en la vida cotidiana cambia la forma de relacionarse y el modo de consumir. Las posibilidades de interacción y de negocios adquieren nuevas formas gracias a los diferentes modelos de compra y venta disponibles. Uno de los modelos que gana popularidad es el Marketplace, que tiene a Amazon y a Mercado Libre como sus principales exponentes y modelo a seguir. Conrado Marturet, CEO de Aper, que gestiona el ICBC Mall, donde Frávega oficia de vendedor, indica a iProUP que los retailers crean este tipo de plataformas ya que les permite, integrando otros productos online, vender más sin los costos adicionales de administrar inventarios y productos. "Las tiendas venden más artículos en Internet que los que tienen físicamente. Incluso, ciertos productos pertenecen al stock de terceros lo cual les resulta más rentable", porque no inmovilizan capital, analiza. De esta forma, llegan a un público más diverso y con oferta más variada, lo que mejora la posibilidad de un ticket más alto por persona. Otro de los que se reinventó fue Garbarino, a partir de la estrategia de la "palta" adelantada por iProUP: ofrece su infraestructura de venta online y offline y el servicio de logística a empresas que deseen otra ventana para mostrar sus productos. Es decir, quiere reposicionarse como Marketplace y alejarse de la idea del retail tradicional.

Al volantazo de 180° que pegó Garbarino se le suma el cambio de estrategia de Coto, que pondrá en marcha una nueva propuesta de ecommerce que se complementará con su canal online: Coto Digital. La iniciativa, que se llamará Coto Web, tiene a Mercado Libre como gran contendiente y apunta a que el consumidor adquiera todo tipo de productos. "Desde los alimentos que ya vendemos en Coto Digital hasta un auto, pero con la garantía, calidad, responsabilidad y el servicio de Coto", aseguran desde la firma. De esta forma, las personas tendrán acceso a artículos antes impensados para un supermercado. Fuentes oficiales de la empresa remarcan a iProUP que "la orientación digital y su visión en este sentido no es para paliar una crisis de consumo sino, más bien, para adaptarse a los tiempos que corren, a nuevos consumidores con gustos, preferencias y estilos de vida renovados". En esta nueva plataforma interactuarán diferentes compradores y vendedores con los que ya inició conversaciones.

"Venimos desarrollando diferentes estrategias para lograr el liderazgo en el comercio electrónico. El objetivo es ganar aún más participación de mercado", destacan desde la firma. "Desde la irrupción, hace más de 13 años, de la plataforma de ecommerce, el viejo paradigma del supermercado ha mutado. Esto no implica abandonar las tiendas físicas, pero sí se van sumando a la propuesta comercial otras alternativas y funcionalidades", afirman. Megatone tampoco está ajeno a esta tendencia. "Desarrollamos nuestro propio Marketplace, en el cual incorporamos nuevas líneas de productos y también tenemos presencia en los otros Marketplace más importantes del mercado", asegura Cominotti a iProUP. En cuanto a la implementación, cuenta que "después de analizar todas las plataformas de ecommerce, nacionales e internacionales, optamos por el desarrollo in-company, que nos permite tener una gran versatilidad y rápida capacidad de respuesta para un cliente tan dinámico como es el del retail en Argentina". Además, Megatone tiene una pata fintech, junto con la red de pagos Cobro Express, tal como adelantó iProUP. "Queremos ser parte de la revolución promoviendo que nuestros consumidores accedan a créditos personales para la compra de productos y, en breve, a préstamos en efectivo".

El futuro del retail

Para el ejecutivo de Walmart, "el retail se ha ido transformando en los últimos años debido al cambio de hábitos de los consumidores. Factores como cercanía, experiencia de compra y múltiples canales, siempre al precio más bajo posible, son aspectos clave que están siendo cada vez más decisivos para nuestros clientes". "Los desafíos tienen que ver con estar a la altura de las tendencias actuales en las ventas online, el acceso a redes sociales y la opción de los diversos canales digitales que permite a los clientes ahorrar tiempo y comprar donde sea y en cualquier momento", completa. Cominotti, de **Megatone**, plantea que el retail tiene un gran recorrido por delante, ya que "muchas compañías que son nativas digitales han incursionado en el mundo físico para brindar una propuesta de valor a sus clientes".

"Creemos que el canal por el cual se llegue al cliente es anecdótico: lo importante es que esté adecuado a sus requerimientos. El gran desafío será interpretar el comportamiento de compra y actuar para lograr la mejor experiencia, fidelización y continuidad del consumidor", completa. Desde Coto ven como una necesidad de que se logre la generalización de los pagos vía tarjeta o billetera virtual, que facilitan el comercio digital. "No desaparecerá lo tradicional, sino que mutarán los formatos y la omnicanalidad para atender a cada cliente y sus preferencias", añade. Por último, el ejecutivo de Accenture asegura que los jugadores del retail se distinguirán por ideas e incluso acciones tecnológicas más audaces. "Combinarán el pensamiento de diseño (design tinquen) para crear nuevos modelos de negocio y mercados que satisfagan de manera novedosa las necesidades de los clientes", resalta. Una fuerza laboral potenciada por los datos, el conocimiento y las capacidades impulsará la próxima ola

de innovación en el comercio minorista. Se requerirán habilidades y roles completamente nuevos. "Eso significa repensar cómo se puede usar la tecnología para refinar la estrategia de talento y volver a capacitar a la fuerza laboral para lograr un nuevo crecimiento", concluye Morita.

ALERTAS DE PRENSA

No se detectó información.

INFORMACION DE MERCADO

La facturación por Hot Sale superó los 25 mil millones de pesos
Fecha: 14/05/2021 Fuente: https://rosarionuestro.com/

l evento de ventas on line "Hot Sale", que se desarrolló esta semana, generó ventas por casi $25.000 millones, informó hoy la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE). La facturación total equivale a más de $347 millones vendidos por hora de evento, que se llevó a cabo entre el lunes y miércoles últimos. Más de 3,5 millones de argentinos navegaron el sitio oficial en búsqueda de ofertas durante esos tres días: la convocatoria contó con la participación de más de 900 empresas. Según detalló CAE este viernes, durante 72 horas se concretaron ventas de productos y servicios por un total de $24.998 millones, que representó un crecimiento de 29% en facturación en comparación con la edición 2020. Se concretaron 3,5 millones de órdenes de compra (se mantuvo en comparación al año pasado y fueron vendidos un total de 6 millones de productos, cifra también similar al "Hot Sale" 2020. El valor del ticket promedio creció un 30% interanual, alcanzando los $7.197. La entidad empresaria recordó que en el evento de 2020 "gran parte del país estaba atravesando Fase 1 de cuarentena por la pandemia y el eCommerce era una de las únicas herramientas para adquirir ciertos productos".
"Este año, con una situación más flexibilizada, el online se consolida como canal, fideliza a muchos usuarios y se complementa con otras opciones de compra", resaltó. El "top 10" de las categorías con mayor facturación wstuvo compuesto por: Electrodomésticos y Aires acondicionados; Celulares y Teléfonos; Indumentaria (no deportiva); Colchones y Sommiers; Electrónica, audio, video y TV; Pasajes y turismo; Hogar, muebles y jardín; Productos de cosmética y cuidado personal; Computación e Indumentaria deportiva. Por su parte, las diez categorías que más unidades vendieron fueron: Alimentos y bebidas; Indumentaria (no deportiva); Productos de cosmética y cuidado personal; Infantiles (indumentaria, accesorios y juguetes); Artículos de limpieza; Hogar, muebles y jardín; Electrodomésticos y Aires acondicionados; Indumentaria deportiva; Celulares y Teléfonos y Herramientas y Construcción. Dentro de las categorías que más crecieron (tanto en facturación como en unidades) se destacaron: Electrodomésticos y Aires acondicionados; Productos de cosmética y cuidado personal; Infantiles (indumentaria, accesorios y juegos); Artículos de limpieza y Aparatología para el cuidado personal. En este marco, el director institucional de CACE, Gustavo Sambucetti, expresó: "estamos muy conformes con los resultados de esta nueva edición del Hot Sale. El descuento, del 32% en promedio junto con las cuotas significaron un respiro enorme para el bolsillo de los consumidores, que este año optaron por ahorrar en aquellos productos que necesitaban comprar"."A su vez, la venta adicional generada por el evento les dio un gran impulso a las más de 900 empresas participantes, muchas de ellas Pymes, y toda su cadena de valor", enfatizó.

Crecen las ventas y el empleo en las casas de electrodomésticos
Fecha: 14/05/2021 Fuente : 365noticias.com.ar

Un crecimiento en las ventas, sobre todo de celulares y la incorporación de nuevos empleados protagonizan las reconocidas casas de electrodomésticos de las peatonal Alberdi del microcentro salteño, según un relevamiento efectuado por El Tribuno. También se detectó que muchos de los clientes de Garbarino, sucursal de la zona que cerró sus puertas recientemente, y que dejó en la calle a unos 25 trabajadores, han migrado hacia los otros locales en búsqueda de sus productos.
Desde la sucursal de Megatone explicaron que la empresa está bastante firme financieramente y que las ventas de esta semana por el Hot Sale estuvieron a la altura de lo que esperaban. “Ha crecido mucho también la venta web, que eso por supuesto suma a la empresa. Venimos bien, inclusive en los últimos tres meses ingresaron cuatro personas nuevas a trabajar”, manifestó el gerente Nicolas Callegari. Lo que más compran los clientes son celulares, Smart TV y calefactores. La demanda de estos últimos se incrementó por el clima frío. Las notebooks también son buscadas para el estudio y trabajo remoto.
Callegari indicó que este mes se registra un crecimiento de un 220% en ventas en pesos, y de un 100% en productos, en comparación al mismo período de 2020. En la empresa Cetrogar también es notoria un alza en las ventas. Incluso también se incorporaron empleados “Nosotros vendemos muchos celulares. Tenemos buen surtido. El año pasado hemos atravesado por momentos en los que no teníamos mercadería y ahora la sucursal está completamente llena. Contamos con buen stock y eso favorece a la venta”, indicó la subgerenta comercial, Cecilia Sánchez. Y añadió: “Hace un mes sumamos dos vendedores entonces hay perspectiva de incorporar más personas. Obviamente siempre tratamos de dar una mano a quien lo necesite. Esto es algo que tomamos en cuenta cuando nos traen los currículums” Sostuvo que actualmente los empleados cobran sus sueldos los primeros días hábiles de cada mes y no hay ningún tipo de inconveniente.
“Hoy por hoy nos sentimos bien porque la situación es buena, pero yo siempre digo que no tenemos que confiarnos porque con la pandemia nadie sabe que puede ocurrir y es todo un tema”, finalizó.